

Лекція 2

Система цін світового ринку

Зміст

1. Множинність цін світового ринку	1
2. Основні види світових цін	5
3. Встановлення цін	6

1. Множинність цін світового ринку

Множинність цін на світовому ринку характеризує такий стан ринку, коли на товар однакової якості, що поставляється на однакових умовах (фрахтова база, форма оплати, термін і обсяг поставки і т. п.) в одному і тому ж центрі міжнародної торгівлі, діють різні за рівнем офіційно опубліковані ціни.

Ціни можуть залежати від умов комерційної угоди, характеру ринку і джерел цінової інформації. Множинність цін у світовій торгівлі обумовлена ??наступними чинниками:

- політикою монополій, які визначають систему цін, диференційованих по ринках і категорій покупців;
- державним регулюванням, втручанням світових, регіональних та інших організацій у світове ціноутворення.

Монополізація внутрішнього ринку окремих країн, а також зовнішніх ринків транснаціональними корпораціями призвели до появи в світовій торгівлі різних цін на одні й ті ж товари. Чималу роль у цьому відіграє і розділ світового ринку міжнародними, регіональними, урядовими та напівурядовими організаціями, які широко використовують різні форми і методи впливу на ціни товарів і послуг.

Державне втручання у світове ціноутворення здійснюється за допомогою законодавчих, адміністративних, бюджетно-фінансових заходів і являє собою особливий ряд протекціонізму: мита, податки, тарифи, квоти, субсидії, державні замовлення та закупівлі, кредити, демпінг, фінансова допомога і т. п.

Залежно від умов конкретних товарних ринків світові ціни поділяються на:

- експортні — ціни на товари та послуги основних країн-експортерів у вільно конвертованій валюті. Це можуть бути ціни на сировину, що вивозиться з різних країн, які є основними постачальниками, або ціни на

групу товарів (машини та обладнання), що поставляються різними країнами;

- імпорتنі — ціни на товари та послуги основних країн-імпортерів у вільно конвертованій валюті.

На кожному конкретному світовому ринку існує ринкова світова ціна. Якщо ринок дефіцитний (попит перевищує пропозицію), його називають ринком продавця. Якщо на ринку пропозиція перевищує попит, його називають ринком покупця (останній виставляє свою ціну).

Світова ціна, як правило, відразу фіксується в контракті. Її подальші зміни допускаються лише за наявності певних умов, які заносяться в контракт у вигляді застережень. Останні в основному пов'язані з ризиком. Щоб обмежити ризики при укладенні контракту, необхідно чітко сформулювати наступні пункти:

- хто організовує і оплачує перевезення товару від продавця до покупця;
- хто має ризик у ході здійснення цих функцій;
- хто несе ризик від загибелі і псування товару.

На міжнародному ринку розподіл ризиків між продавцем і покупцем здійснюється на основі міжнародних торгових умов, установлених Міжнародною торговельною палатою («Інкотермс»). Умови «Інкотермс» тісним чином пов'язані зі світовими цінами.

Основні ризики в міжнародних операціях:

- ризик реалізації;
- ризик неплатежів;
- транспортний;
- валютна і курсова;
- страхових, економічний і політичний;
- ризик поставки якості.

Характер ринку, цілі комерційних угод та інші фактори зумовили поділ світових цін на ціни «вільного» і «закритого» ринку, що пов'язано з факторами, що визначають ринкову структуру світового господарства.

Ціни «вільного» ринку залежать від конкуренції на світовому ринку і об'єктивно складаються під впливом попиту та пропозиції. До них відносяться ціни біржових котирувань, аукціонів і торгів.

Біржові котирування — ціни товарів і послуг, торгівля якими здійснюється на товарних біржах (при торгівлі натуральним каучуком, цукром-сирцем, бавовною та іншими товарами). Відмінною особливістю біржових котирувань є їх доступність, об'єктивність і випереджальна ринкова інформація: ціни оперативно публікуються (два-три рази на день) і формуються в умовах торгу між продавцем і покупцем товарів і послуг, тобто є результатом реальних контрактів. Ціни чуйно реагують на зміни кон'юнктури, підвладні спекуляціям і іншим факторам. Вони визначаються, як правило, на однорідні товари, формуються в конкретних умовах, що складаються на біржі.

Аукціон — це публічний продаж товарів, підприємств, акцій, цінних паперів, інжинірингових послуг і т. п. На світовому ринку ціни аукціонів одержали широке поширення при продажу продуктів сільського господарства, рибальства, виробів з дорогоцінних і напівкоштовних каменів, хутра, вовни, чаю, тютюну. За аукціонними цінами на ринках таких країн, як США і Канада, реалізується близько 70% всієї ввезеної ними хутра, а в Скандинавських країнах — до 95%. На аукціонах здійснюється торгівля вовною в таких країнах, як Австралія і Нова Зеландія, чай реалізується в Шрі-Ланці та Індії.

Ціни торгів — це ціни, які складаються при торговій спеціалізації, заснованої на видачі замовлень на поставку товарів або видачу підряду на певні роботи. Міжнародні торги становлять собою конкурсну основу розміщення замовлень на закупівлю на світовому ринку обладнання або залучення підрядників для спорудження комплексних об'єктів. У міжнародній практиці широке поширення через торги отримали закупівлі машин і устаткування, замовлення на будівництво промислових та інших об'єктів.

До цін «закритого» ринку відносяться ціни внутріфірмової торгівлі (трансфертні), ціни регіональних економічних угруповань і ціни спеціально преференційних угод та угод. Оскільки трансфертні ціни на світовому ринку — це ціни транснаціональних корпорацій, вони будуть розглянуті в наступному розділі. Для цін регіональних економічних угруповань характерно завищення в порівнянні з «вільними» цінами. Це обумовлено необхідністю стимулювання виробництва окремих товарів і послуг в рамках регіону.

Преференційні ціни встановлюються міжурядовими угодами, в яких фіксуються спеціальні умови поставки і величина ціни реалізації. Вони найчастіше застосовуються у вигляді скасування мит на ввезені товари, пільгового кредитування та страхування зовнішньоторговельних операцій, спеціального валютного режиму, надання фінансової та технічної допомоги (наприклад, преференції, які застосовуються щодо країн, що розвиваються, між країнами СНД, в ЕС і т. п.).

Особливістю цін товарів, що обертаються на світовому ринку, є їх відхилення від внутрішніх цін. Причина незбігу — в неоднорідності структури світового ринку і витратах на виробництво цих товарів. Ціни світового ринку

формуються провідними країнами-експортерами, внутрішні ціни — ґрунтуються на виробничих витратах національних виробників.

Слід підкреслити одну з особливостей — світова ціна на певні товари та послуги, як правило, нижче внутрішньої ціни. За визначенням економістів, розрив у їх рівнях складає більше 30%, причому на готові вироби він значно вище, ніж на сировину.

Більш глибокий аналіз світових і внутрішніх цін, дозволяє виділити ще одну закономірність — є зразкові межі відхилень в еволюції співвідношення цих цін у часі. Порівняльний аналіз рівня цін, діючих у внутрішній і світовій торгівлі показує:

- межі варіювання цін досить широкі (при цьому має значення не тільки вид товарів, а й конкретний період часу їх реалізації);
- варіація співвідношень цін проявляється в розбіжності напрямків відхилення цін світового ринку від внутрішніх цін. На практиці спостерігаються випадки, коли ціни внутрішнього ринку ростуть або відхиляються вниз, а іноді, що зустрічається дуже рідко, їх величина збігається.

Аналітики світового ціноутворення виділяють дві характерні особливості у стосунках світових і внутрішніх цін:

- збіг цін на національному ринку і світовому зустрічається дуже рідко;
- переважаючим варіантом цінових розбіжностей є перевищення внутрішньої ціни над світовою.

Перевищення імпортової ціни на товари та національної ціни над аналогічними товарами допускається за певних умов і носить, як правило, тимчасовий характер. Це можливо в умовах дефіциту товарів на внутрішньому ринку, адміністрування цін з метою підтримки вітчизняних виробників, при використанні демпінгу і т. п.

Відхилення світових цін у бік пониження в порівнянні з внутрішніми цінами на національних ринках обумовлено наступними факторами:

- рівень розриву у виробничих витратах на світовому ринку значно більше, ніж на внутрішньому;
- на світовому ринку реалізується не вся продукція, вироблена в країні-експортері;
- конкуренція на світовому ринку більш жорстка, ніж на національному;
- конкурентоспроможність країн-експортерів значно вище інших країн, що виробляють аналогічні товари.

2. Основні види світових цін

Світовий ринок представлений різними цінами. У якості відправної точки для проведення переговорів про ціну контрагенти торгової угоди використовують базисні ціни.

Базисна ціна — це ціна на товар або послуги, яку публікує в різних довідниках і прейскурантах. Її основою є довідкові та прейскурантні ціни. Інформація про світові ціни публікується:

- в національних загальноекономічних і промислових статистичних виданнях;
- в статистичному бюлетені ООН;
- в спеціальних виданнях, в яких поміщається найбільш докладна інформація.

Довідкові та прейскурантні ціни відображають загальний напрямок динаміки цін за попередній період, їх можна використовувати при укладанні контрактів на строкову поставку невеликих партій товарів (тих, які реалізуються поза біржею). Вони застосовуються на ринках нафти, нафтопродуктів, хімічних товарів, чорних металів та ін.

Довідковими цінами вважають ціни на товари, що публікуються в різних виданнях об'єднаними виробниками, інформаційними агентствами і бюро, консультаційними або брокерськими фірмами.

Прейскурантні ціни — ціни каталогів і проспектів, які спеціально розроблені і висилаються певному колу осіб або які публікуються виробниками в різних виданнях. Це ціни на товари масового і серійного виробництва.

Прейскурантні ціни служать не тільки орієнтиром для визначення цін при угодах, але і є ціноутворюючою основою окремих компонентів виробів, запчастин, послуг обслуговування і т. п.

Таким чином, довідкові та прейскурантні ціни виступають для продавців і покупців в якості вихідного пункту при визначенні контрактної ціни.

Контрактна ціна — це ціна, яка фіксується в документі про угоду і суттєво може відрізнитися від довідкової ціни (на 20–30% або більше за рахунок відкритих і прихованих знижок за обсяг угоди, якість, фрахт, надання пільгових кредитів і т. п.). Довідкові ціни можуть застосовуватися лише після того, як в них внесені необхідні поправки на всі пільги та знижки. Контрактні ж ціни відображають дійсний рівень цін на товар певної якості за певних умов постачання і платежу. Як правило, контрактні ціни становлять комерційну таємницю.

Контрактна ціна може бути:

- твердою — фіксованна на певному рівні в момент підписання контракту;

- ціною з подальшою фіксацією — ввозяться узгоджені країнами в контракті терміни і на основі певних джерел;
- ковзної — змінюється протягом періоду дії контракту відповідно до узгодженої країнами формулою ковзання ціни.

Контрактна ціна не може зазнавати змін. Єдиною причиною, яка може відхилити ціни фактичних угод від ринкових, є їх «старіння» (від часу укладання угоди і того часу, коли отримана інформація про цінах).

Залежно від умов контракту на поставку товару світові ціни виступають в наступних основних видах:

1. Експортні ціни ФАС або ФОБ — фірма-експортер продає товар імпортеру, включаючи в ціну транспортні витрати з доставки або до борту судна, або на борт судна і витрати на навантаження (ФОР). Ціна ФОБ або ФОР за аналогією означає вантаження в залізничний або автомобільний транспорт.
2. Ціна КАФ — включає всі витрати по фрахту до місця призначення, але витрати при загибелі або псуванню товарів переходять на покупця, коли товар перетне леер в порту призначення. Вона є також експортною ціною.
3. Імпортна ціна СІФ — включає експортну ціну ФОБ, ціну КАФ, а також виробничі витрати на страхівку вантажів до кордону країн-експортерів або імпортерів. Продавець несе всі витрати з доставки товару в порт відвантаження, з фрахтування судна, з оплати податків, мит, зборів та по страхуванню товарів.

3. Встановлення цін

Вихідною базою для розрахунку експортних цін є контрактна ціна, яка визначається на основі калькуляції всіх витрат. Згідно умов «Інкотермс», розроблених Світовою організацією торгівлі (СОТ), ціна повинна включати певні витрати. Калькуляція експортної ціни показана в таблиці 1.

У ціноутворенні на світовому ринку важливе значення займають цінові знижки при продажу та купівлі товарів. Цінові знижки — метод торгування з урахуванням стану ринку і умов контракту. У ході переговорів покупця і продавця ціни, спочатку оголошені постачальниками в прейскуранті, піддаються коректуванню і в значній мірі знижуються. За оцінками деяких фахівців їх загальний рівень становить до 50% від величини спочатку оголошених довідкових цін, а на окремі товари — ще більше.

На світових ярмарках, біржах, аукціонах існує близько 40 видів різних цінових знижок. Серед них найбільш поширені:

Табл. 1. Калькуляція експортної ціни

Попередня собівартість
+ скалькулювати прибуток
= ціна з заводу постачальника + перевезення з залізничної станції + вартість послуг експедитора + страхування + вартість завантаження у вагон
= ціна «франко-залізничний вагон» + фрахт до кордону
= ціна «франко-кордон» + фрахт до місця (порту призначення)
= ціна, включаючи фрахти до місця (порту призначення) + витрати в порту: перевалка, складування, портові збори, комісія експедитора в порту, додаткові витрати (телефакс, телефон, пошта) + ціна «франко-порт відвантаження» + витрати на документи + витрати на коносамент + морський фрахт
= ціна «КАФ порту призначення» + страхування FRA
= ціна «СІФ порту призначення» або ціна «з судна в порту призначення» + вартість перевалки в порту призначення + імпортерне мито та оформлення документів
= ціна «з пристані в порту призначення» + вартість перевезення до місця покупця
= ціна «франко-покупець», включаючи мито

- бонусні;
- дилерські і брокерські;
- за оплату товару готівкою, або знижки «Сконто»;
- спеціальні;
- закриті.

Бонусні знижки — застосовуються, головним чином, при великих оптових угодах. Необхідність їх викликана тим, що продаж і постачання товарів великими партіями знижує побутові витрати і переносить частину обов'язків по зберіганню і фінансуванню на споживача. Вони надаються великим оптовим постійним покупцям не за окрему угоду, а за весь обсяг обороту на рік,

і складають приблизно 7–15% вартості всього обороту. Бонусні знижки ще називають кількісними, і вони можуть виступати як сумарні і прості.

Сумарні знижки встановлюються залежно від кількості товарів, що купуються протягом певного часу, зазвичай за рік. Їх основна мета прив'язати покупця до продавця як єдиному виробнику даного товару. За своїм обсягом і величиною ці знижки займають друге місце після брокерських і складають приблизно 15% загального обсягу реалізованої продукції. Їх рівень пов'язаний з величиною і серійністю замовлення:

- на товари, які користуються масовим попитом, їх розмір відносно невеликий;
- на товари і послуги, вироблені малими серіями або за індивідуальними замовленнями, знижки значно зростають. Це обумовлено витратами на виробництво.

Прості знижки (тимчасові) надаються покупцям великих партій товарів одноразово при продажу товарів масового попиту, що мають сезонний характер.

Дилерські та брокерські знижки використовуються при продажу товарів оптом і в роздріб через посередників. Їх величина залежить від виду товару та обсягу посередницьких послуг (іноді вона досягає 30% обсягу реалізованої продукції). Дилерами можуть виступати окремі особи або фірми, які займаються перепродажем товарів переважно від свого імені на товарних і брокерських біржах. Брокер, як і дилер, здійснює ті ж операції, тільки не бере на себе права власності на товари. Його основні функції полягають у зведенні покупців з продавцем і сприянні у проведенні переговорів між ними.

Будучи складовою частиною світового ціноутворення, знижки, одержувані посередниками, являють собою свого роду плату за послуги з просування товарів до споживача, які в іншому випадку повинен би був виконати сам творець товару. Реалізуючи товар, його виробник несе значно більші витрати, ніж надається знижка дилерам і брокерам, оскільки ті швидше здійснять оборот капіталу. Це особливо типово при поставках на експорт продукції, де ринок захоплений великими посередниками або оптовими торговими фірмами. Крім цього, конкуренція на світовому ринку значно жорсткішим і вимагає величезних матеріальних і фінансових витрат.

Знижки за оплату товару готівкою, або знижки «Сkonto» являють собою знижки з фактурної вартості товару за оплату його в короткий строк або достроково. Їхній рівень становить приблизно 3–5% всієї вартості угоди, але дана знижка покращує фінансове становище виробника товарів з погляду готівки, оскільки платежі за відвантажений товар займають від одного до трьох місяців.

Спеціальні знижки фірма-виробник надає тим покупцям, з якими має тривалі зв'язки або інші особливі відносини. Їх рівень становить 5–8%, вони є комерційною таємницею і можуть бути визначені оцінкою.

Закриті знижки надаються на продукцію, що обертається в замкнутих економічних просторах (наприклад, знижки під внутрішньофірмової торгівлі, на ринках міжнародних та регіональних угруповань або на товари, поставлені за спеціальними міжурядовими угодами).

Знижки є складовою частиною ціноутворення і набули широкого поширення. Науково обґрунтована політика надання знижок різного роду посередникам прискорює процес обороту капіталу, зменшує загальні витрати виробництва і дозволяє виробникам-експортерам отримувати прибуток.